



6. září 2023

Druhé vydání magazínu FREUDE.FOREVER proměňuje čtení na pohlcující digitální zážitek.

+++ BMW představuje v propracovaném vydání kampaň THE NEUE NEW určenou pro publikum zaměřené na budoucnost
+++ Inspirativní osobnosti odpovídají na otázku, co pro ně znamená „nové“
+++ Nejnovější číslo oceňovaného časopisu spojuje analogovou tištěnou kulturu s digitálním světem +++

Mnichov. Současně s pokračujícím odpočítáváním do příchodu Neue Klasse probíhá u prémiové automobilky BMW intenzivní proces transformace. Nezůstává kámen na kameni, téměř každý den a z každého úhlu pohledu přichází něco nového. Součástí příběhu je i zásadní změna perspektivy; pojetí „nového“ samo o sobě prochází přehodnocením. Nyní se do hloubi toho, co vlastně znamená „nové“, vydává druhé číslo časopisu FREUDE.FOREVER. Tvůrci nejnovějšího vydání oceňovaného časopisu BMW, které se opět věnuje jedinému tématu, pozvali několik inspirativních osobností, aby se podělily o to, jak vidí „nové“ ve svém životě, práci a umění.

Tato sbírka příběhů nás vybízí k tomu, abychom zpochybnili své způsoby uvažování o tom, co všechno je možné s inovativním duchem a optimismem, který je vlastní duchu značky BMW. Stejně jako pilotní číslo FREUDE.FOREVER, i struktura druhého vydání s podtitulem THE NEUE NEW je napojena na sedm lidských smyslů.

Toto číslo se liší tím, že kromě zkoumání analogového produktu a digitálního rozšíření se jím poskytované informace a emoce vydávají také do třetí dimenze: rozšířené reality. Redakce FREUDE.FOREVER se spojila s islandským uměleckým kolektivem Fischersund a vytvořila digitální květinu, která zdobí nádherně propracovanou a bohatě zdobenou obálku s reliéfním tiskem. Naskenováním QR kódu uvnitř časopisu se odstartuje pohlcující zážitek z této květiny v rozšířené realitě. Tato interakce mezi čtenáři časopisu a jeho obálkou propojuje smysly zraku a sluchu s emocemi a otevřeností vůči technologiím. Uvádí nás do nových světů vnímání a komunikace, stejně jako sama značka BMW.

Pro BMW není „nové“ pouze výsledkem toho, že něco vzniká poprvé. Místo toho jde o přístup k výzvám s novým pohledem a o pochopení skutečné síly vize. To vyžaduje otevřenou mysl, odvahu, flexibilitu, sebekritiku, upřímnost a odolnost vůči



těm, kteří říkají, že „to nejde“. Ze všeho nejvíc to však vyžaduje připravenost vnímat změnu jako příležitost, nikoli jako překážku. Tento způsob myšlení se odráží v příbězích, které najdete ve druhém čísle časopisu FREUDE.FOREVER.

Časopis FREUDE.FOREVER je výsledkem spolupráce mezi BMW a vydavatelstvím LOOPING GROUP. LOOPING, partner agentury THE GAME vytvořené pro BMW Group a značku BMW, má dlouholeté zkušenosti v oblasti časopisecké žurnalistiky, vydávání firemních časopisů a „storytellingu“. Již první číslo časopisu získalo mezinárodní uznání za výjimečnou kvalitu obsahu a kreativitu designu. Nové číslo časopisu FREUDE.FOREVER s podtitulem THE NEUE NEW je k dostání v internetovém obchodě www.freudeforever.com a u prodejců časopisů v angličtině (130 stran) a němčině (138 stran) za cenu 10 eur.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Czech Republic
Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com
BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm
Internet: www.bmw.cz; [Facebook CZ](#); [LinkedIn](#)

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI, Rolls-Royce a BMW Motorrad vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb mobility. BMW Group je společností s 30 výrobními závody po celém světě a globální prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2022 společnost BMW Group prodala po celém světě více než 2,4 milionu osobních vozů a více než 202 000 motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2021 činil 16,1 miliardy Euro, příjmy dosáhly 111,2 miliardy Euro. K 31. prosinci 2021 pracovalo pro BMW Group 118 909 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Společnost již ve svých počátcích určila směr, kterým se bude ubírat, a důsledně se zaměřuje na udržitelnost a ochranu zdrojů, a to od dodavatelského řetězce přes výrobu až po fázi konce životního cyklu všech produktů.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>